新时代广播电视媒体融合发展的思考和分析

张 强
（中央广播电视总台，北京 100000）

摘 要：目前中国社会逐步迈入新时代，人们对生活的追求逐渐从单纯的物质层面上升到精神层面，更加注重生活的享受。其中广播电视媒体是人们较为热衷的享受方式，因而现代许多广播电视媒体都在寻求突破和发展。党的十九大提出要将媒体融合作为社会媒体发展的主旋律。许多媒体工作者也是立即展开了行动，努力跟上国家的号召。在这一过程中，许多广播电视媒体的融合发展战略逐渐被人们所知，使得更多的学者对这一内容进行专题的研究。本文在此背景下，从广播电视媒体的融合发展出发，着眼于目前的新时代，从生活中以及社会上寻找案例，先后阐述目前我国广播电视媒体中新旧媒体融合发展的意义、现存问题以及相关的解决策略，以期为现代广播电视等媒体的融合发展提供参考和借鉴，促进其更好地实施和演进，推动我国媒体事业的协调发展。

关键词：广播电视媒体；提高效率；更新内容；人才配置；完善产业链　　**中图分类号：**G206　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）12-077-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.12.023
本文著录格式：张强．新时代广播电视媒体融合发展的思考和分析 [J]. 中国传媒科技，2021（12）：77-79.

导语

本文在新时代媒体发展不断融合的背景之下，重点关注广播电视传统媒体与创新媒体的融合发展，从实际生活中的现象出发，结合部分广播电视媒体采取的措施和相应的发展情况，分析目前广播电视媒体融合发展的不足之处，合理协调新旧媒体之间的发展，这对于媒体本身、社会乃至国家都是急需应对的难题，很有必要分层次、多角度地进行分析。

1. 广播电视媒体融合发展的意义

1.1 有利于提高媒体的信息报道与传播效率

广播电视媒体的融合主要指传统媒体与创新媒体相结合，能利用信息化时代的互联互通的特点，将信息以更快的速度报道与传播出去。传统媒体一般都是以新闻报道的形式进行传播，在事件发生的第一时间内需要先派人前往跟进，整理好材料后方可在广播电视媒体中进行传播，具有一定的延时性，而与互联网、手机 App 等创新的媒体相结合后，突发事件能在第一时间就在网络上得到传播，人们能迅速地接受到这些信息，从而实现媒体信息报道与传播效率的大幅提高，这正是广播电视媒体融合发展的主要方向之一。[1]

1.2 有利于形成更有竞争力的媒体产品

根据国家有关部门的调查数据，目前我国的互联网电视用户已达 2.3 亿，而且未来几年内互联网很有可能成为人们观看媒体节目的最主要平台。这对广播电视媒体的融合发展有着较强的驱动力，在这样的发展趋势下，广播电视媒体的融合将更多地把互联网媒体技术放在主要研发方向，投入更多的时间和精力，促进创新媒体产品的突破。而且电视广播媒体的融合能够兼具传统媒体与创新媒体的优势，既能利用传统电视台的品牌和口碑，发挥其内容制作优势、社会可信度优势；又能利用创新媒体的多渠道传播，灵活服务模式，实现新旧媒体产品的融合。在某几家广播电视媒体中取得了一定的成效以后，能进一步扩散到整个电视广播媒体行业，形成良性竞争，从而提高媒体产品整体的竞争力。[2]

1.3 有利于拯救传统广播电视媒体的没落

在互联网快速发展的新时代，传统广播电视媒体显得心有余而力不足。作为要求比较高的行业之一，广播电视媒体人员的更新迭代较慢，大部分高级员工都是有些资历的，仍然保有之前的经验和做法，并且在互联网时代不易改变。而新时代下广播电视媒体的融合将为其注入新鲜血液，警醒传统广电媒体工作者，并且帮助他们在保持传统媒体优势的同时，跟上互联网新时代的步伐，不在时代的前进方阵中掉队。[3] 另外，传统广播电视媒体大多存在着产业链过于复杂、内部组织冗杂、管理过于扁平化等问题，而新媒体的融合将有助于传统广播电视媒体改善自身问题，从而避免走向没落的境地。

1.4 有利于促进广播电视的内容更新

自从自媒体产生以后，不但文化传播的内容变得更加丰富，同时也使文化传播的内容范围更加广泛。伴随着信息化技术的不断发展，每个家庭都有了高清的电视机，这也是广播电视的新型传播方式。根据有关调查发现，我国的广播电视受众人群大概有 12 亿人数，而这些人里面，又有大概 2 亿人数把广播电视和互联网相互融合，且网络人数更是高达 7 亿左右，并还呈现上升趋势。因新媒体所含括的内容较多且更加广泛，来源方式也更加多样化，例如网络、周刊等，因此，把新媒体和广播电视进行融合，不但可以促进广播电视的内容更新，还能起到推动广播电视发展的目的。

2. 广播电视媒体融合发展过程中的问题

2.1 受限于传统媒体的发展思路

传统广播电视媒体的发展历史悠久，有着较为深厚的历史底蕴，一直到现在都还影响着产业的发展。但是时代的进步需要思路的同步进步，而部分传统广播电视媒体的思路并未跟上时代的潮流，会对现代媒体发展产生束缚。互联网新时代中的创新媒体是广播电视媒体发展的正确方向，本应受到传统广播电视媒体的积极拥抱。但受限于传统思路，许多广播电视媒体对互联网下的新媒体视如猛虎，一味地持排斥态度。将自身的产业与互联网新媒体划清界限，意图通过自身的发展历史优势形成压制，将其与自身业务隔绝开来。目前这样的例子比比皆是，许多地方电视台依然停留在过去的发展思路上，拒绝与互联网新媒体合作，只想着保护好自己的“一亩三分地”，却忽略了更为广阔的消费市场，结果逐渐走向没落，慢慢地退出了媒体市场，徒留一地遗憾，像广东南方电视台的许多电视频道，在十年前依然占据着广东广播电视媒体市场的部分份额，而现在的影响力已大不如前。[4]

2.2 缺乏创新媒体的专业人才

思路是广播电视媒体的发展动机，而专业人才则相应地是广播电视媒体持续发展的动力。优秀的人才团队能为广播电视媒体的发展提供源源不断的动力。而目前的广播电视媒体中缺乏这样的专业媒体人才，尤其是云计算等互联网技术相关的人才，在许多广播电视媒体集团中都比较稀缺。这使得广播电视媒体在时代发展中难以找到突破口，无法很好地融合。另外在服务型人才方面，新时代讲究的是服务好受众，毕竟互联网时代受众决定了大多数广播电视媒体的收视流量，需要重点关注。而部分广播电视媒体并未培养足够的服务型人才，大多只是停留在节目背后，较少与受众有直接接触，使得许多受众对电视节目并不那么感兴趣，收看节目的积极度也不高。[5] 此时同样需要有专业的文字编辑人才进行引流，而这也是许多广播电视媒体所缺乏的，电视节目和新闻标题还停留在过去的模式，难以符合现代人的审美需求，需要进一步完善文字功底，与受众心理相匹配。

2.3 广播电视媒体产业链不完善

而有了技术与人才以后，媒体内容的传播还需要有完善的产业链予以支持。原有的产业链大多是由传统媒体自身决定传播内容，属于主动型传播，电视报刊上有什么内容，受众就看什么内容，形成“媒体—出版机构—受众”的内容流向。在这过程中，广播电视媒体几乎不会与受众有太多的交流，对受众的想法也不得而知，因此往往会出现传播内容出错，内容不当，引起受众不满的情况。这是传统媒体所无法避免的问题。而现在部分广播电视媒体同样没有从这一产业链走出来，总体上依然沿用着旧的模式，没有学习现代互联网创新媒体的交互模式，与受众进行交流，更加深入的了解受众对内容的需求，使得市场的反馈不佳，影响到广播电视媒体的融合。[6]

2.4 盲目陷入时代发展的陷阱

现代互联网时代的信息传播速度惊人，许多热点信息和时尚潮流往往在第一时间内就在网络上产生爆炸式传播。因此许多媒体会去关注这些热点信息，并且根据这些信息迅速发布相关的内容，引起受众的关注，即所谓的“蹭热度”。这是时代发展的一大特色，对于广播电视媒体来说有利也有弊，优点是能帮助传统广播电视媒体迅速与时代接轨，获取大量流量。但弊端也不可忽视，许多广播电视媒体对这方面的内容的认识还不够深刻，出现盲目跟风，盲目制作相关内容的现象。一些传统的广播电视媒体盲目聘请一些明星进行宣传，花费重金试图跟上时代热点，结果导致媒体传播内容的制作成本剧增，超出媒体集团可周转程度，形成负面效应。还有一些广播电视媒体与互联网竞争对手盲目较量，意图通过成本和价格挽回市场份额，却忽略了自身最大的优势是历史文化底蕴和大体量。[7]

2.5 融合速度不平衡

在我国，有的地方经济发展较为良好，同时，科技水平也相对比较高，这些地区就可以利用自身的优势和互联网技术能够快速的和新媒体进行融合发展，且取得较为良好的效果。而有的地区经济较为落后，且技术条件较差，在实际的融合发展过程中仍需提高自身技术和创新自身观念，改变地区发展速度缓慢的问题，这些问题的出现也使我国很难实现全国性的融合发展目标。

3. 广播电视媒体融合发展的有效策略

3.1 统一创新发展思路

在互联网时代，与新媒体相融合是广播电视媒体的必由之路。相关媒体应明确这一共识，将其作为自己发展的重点思路，在方案制定、蓝图规划、任务执行上要高度贯彻这一思路。各广播电视媒体机构的领导和管理部门可以根据时代需求和国家相关指导意见，亲自制定相关发展思路，将其在公司内予以更新和执行。同样地，广播电视媒体的员工们也应该明确这一思路，在日常工作的执行中要努力践行，利用互联网技术解决相关疑问。[8] 总之传统广播电视媒体在融合过程中应对互联网新媒体持积极主动态度，不再抱有敌意，促进互相融合发展。

3.2 科学进行人才配置

广播电视媒体融合与发展也需要相应的专业媒体人才，从技术型人才到服务型人才再到内容型人才，媒体机构都需要积极引进和培养，也可以采用现代企业的管理模式，尽可能地减少人员冗杂的现象。在发展的过程中，应充分考虑人员配置的合理性，将不同人才按需求分配至各自己的岗位，使其最大程度的发挥自己的价值，满足受众的阅读需求，也满足企业的利益追求，从而实

现广播电视媒体在新时代的融合发展。

3.3 完善新媒体产业链

为了更好地实现广播电视媒体的融合发展，需要在产业链上进行创新与完善。这主要分为两个层面：首先是业务联动机制。各地广播电视媒体机构需要明确自身的业务种类，最好是考虑受众需求的业务，与各中间环节的负责人进行交接，确保产业链能及时传达受众的需求。其次是技术联动机制。当下的时代是大数据的时代，数据是营销的核心，广播电视行业内要发扬“我为人人，人人为我”的互助精神，打破隔阂，真的让兄弟单位都合作起来，既做到媒体的融合，也做到行业的融合。

3.4 明确自身发展道路

在复杂多变的媒体传播时代，广播电视媒体机构应保有本心，时刻铭记自己的发展定位，不盲目跟风，对待社会上一些热点事件和时事潮流应理性看待。不为了追求流量而乱发新闻，跟风传播，考虑事件的真实性和可传播性，坚守职业传播底线。另外在保持理性的同时，应充分发挥自身的优势，维持机构正效益，在代言人、广告文案等宣传方式的选择上反复斟酌，选择适合自己发展道路的传播宣传模式。[9] 比如某地广播电视传播集团就在坚持自身特色的前提下，将原有的掌上新闻等平台与微信、微博等社交群体相结合，并推出了一系列美食、娱乐、真人秀等多种形式的互相节目，大大提高了媒体的收视率，并促进了主要业务—新闻媒体的发展。总的来看，广播电视传播媒体需要在融合发展的过程中，既需要重视收视率，充分意识到互联网的重要性，发挥互联网的作用与价值，从而制作出能够打动人心的节目与内容；也需要坚守底线，遵循党的十九大提出的要求。如此在明确自身发展道路以后，广播电视媒体业才能够获得更好的发展成绩。

3.5 加强网络科技的应用

在社会不断进步的同时，我国城市化的脚步也在加快发展。在此背景下，我国信息化水平也得到了一定的提升。基于此，许多广播电视也加强了网络科技的应用，推出了卫星直播等。同时，在网络科技的应用背景下，把更多的先进技术也应用了进来，使电视节目更加的生动化和形象化。随着人们生活水平的提高，人们对广播电视节目也提出了更高的需求，为使自身能够占据一份市场，相关企业应加强网络科技的应用。然而从实际情况来看，还是有一些广播企业在视频传播方面仍受网速、宽带等影响，对于这一问题，广播企业的领导人员应在和新媒体融合之前对于网络技术具备正确的认知，进而积极引进先进的技术，进而给广播电视和网络技术的融合提供一定的保障。

结语

通过上文三方面的详细分析，本文最后可以总结出以下几点结论：第一，目前广播电视媒体融合发展的意义主要在于：①有利于提高媒体的信息报道与传播效率。②有利于形成更有竞争力的媒体产品。③有利于拯救传统广播电视媒体的没落。第二，广播电视媒体融合发展过程中的问题主要是：①受限于传统媒体的发展思路。②缺乏创新媒体的专业人才。③广播电视媒体产业链不完善。④盲目陷入时代发展的陷阱。第三，因此可采取广播电视媒体融合发展可采取的有效策略有：①统一创新发展思路。②科学进行人才配置。③完善新媒体产业链。④明确自身发展道路。

综上所述，新时代广播电视媒体的融合发展是广播电视行业的大工程，决定了未来广播电视行业的兴衰。广播电视的媒体融合不仅是技术和业务的融合，更是认识和思想的融合。只有广播电视行业统一思想，做到全国一盘棋，广播电视的媒体融合才能取得成功；只有广电人坚持自己的职业操守，牢记自己的使命，广播电视的媒体融合才能走向辉煌。媒

参考文献

[1] 秦晋宁．广播电视与新媒体融合转型发展研究 [J]. 中国传媒科技，2019（9）：55-56.

[2] 久美旺加．关于基层广播电视台与新媒体融合发展的探索和思考 [J]. 视界观，2020（3）：1.

[3] 石宝全．融媒体环境下基层媒体融合发展的思考 [J]. 中国传媒科技，2019（4）：49-51.

[4] 耿凯华．新时代下传统广播电视与新媒体融合发展策略研究 [J]. 记者观察，2020（9）：12.

[5] 毛涵．全媒体时代广播媒体与新媒体融合发展的思考 [J]. 西部广播电视，2019（17）：32-33.

[6] 张丽．大数据时代广电新媒体融合发展的新思路 [J]. 视界观，2020（2）：1.

[7] 郭丽丽，田晨辉，刘利剑．新时期传统媒体和新媒体的融合发展的相关思考 [J]. 经济技术协作信息，2019（25）：19.

[8] 曹松林．新媒体影响下广播电视新闻媒体融合发展探析 [J]. 传媒论坛，2020（5）：28，31.

[9] 周亮．我国广播电视和新媒体融合发展途径 [J]. 广播电视网络，2020（4）：98-100.

作者简介：张强（1972-），男，黑龙江哈尔滨，博士，主任记者，研究方向：新闻学。

（责任编辑：胡杨）